



**University of
Zurich**^{UZH}

**Zurich Open Repository and
Archive**

University of Zurich
University Library
Strickhofstrasse 39
CH-8057 Zurich
www.zora.uzh.ch

Year: 2013

Citizen Entrepreneurship

Aschoff, Robinson ; Schwabe, Gerhard

Posted at the Zurich Open Repository and Archive, University of Zurich

ZORA URL: <https://doi.org/10.5167/uzh-91011>

Conference or Workshop Item

Accepted Version

Originally published at:

Aschoff, Robinson; Schwabe, Gerhard (2013). Citizen Entrepreneurship. In: Internationale Hochschulkonferenz: One Stop Europe - Angewandte Bürgerbeteiligung., Ludwigsburg, 18 April 2013 - 19 April 2013. Alcatel-SEL-Stiftung für Kommunikationsforschung, 63-67.

Citizen Entrepreneurship

Felix-Robinson Aschoff & Gerhard Schwabe, Institut für Informatik, Universität Zürich
Binzmühlestrasse 14, 8050 Zürich, Kontakt: aschoff@ifi.uzh.ch

Der Begriff des “Citizen Entrepreneurs” ist bisher in der wissenschaftlichen Literatur kaum klar definiert oder beschrieben worden. Wir möchten daher zu Beginn erläutern, was wir unter diesem Begriff verstehen und warum wir glauben, dass dieses Konzept eine wachsende Bedeutung für zukünftige städtische und regionale Entwicklungen haben wird. Citizen Entrepreneurship kann sich entweder auf einzelne Bürger einer Stadt beziehen, die eigenverantwortlich eine Initiative starten, oder auf ein komplexes Zusammenspiel zwischen Bürgern, regionalen Unternehmen sowie städtischen Einrichtungen.

Im ersten Fall charakterisiert sich der “Citizen Intrapreneur” für uns folgendermassen, wobei nicht immer alle der folgenden Eigenschaften in gleicher Weise zutreffen müssen:

- Der Citizen Entrepreneur startet seine Unternehmung oft aus einem eigenem Lebenskontext heraus, d.h. er oder sie möchte Probleme lösen, die sie selbst betreffen.
- Die Zielgruppe des Citizen Entrepreneurs sind oft “Peers”, d.h. also Personen, die sich in einem ähnlichen Lebenskontext befinden, wie sie selbst und mit ähnlichen Problemen konfrontiert sind.
- Profit(maximierung) ist in der Regel nicht das Hauptziel von Citizen Entrepreneurship
- Das soziale Miteinander ist oft eine wichtige Komponente von Citizen Entrepreneurship

Diese Beschreibungen überschneiden sich zum Teil mit Charakterisierungen wie sie auch zu “Social Entrepreneurship” in der Literatur vorliegen. Der Unterschied liegt jedoch darin, dass der Citizen Entrepreneur in seinem Wirken auf eine Stadt oder Region bezogen ist und innerhalb eines “lokalen Ökosystems” agiert.

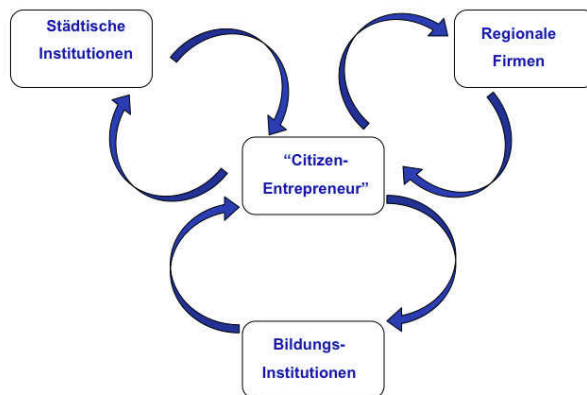


Abbildung 1: Regionales Ökosystem des “Citizen-Entrepreneurs”

Citizen Entrepreneurs interagieren hierbei oft mit anderen regionalen Institutionen, wie z.B. städtischen Behörden, regionalen Firmen oder Bildungseinrichtungen. Hierbei machen sie sich lokale Synergien zu Nutze, wie soziale Kontakte die über kurze Distanzen leicht initiiert

und aufrecht erhalten werden können. Trotz einer zunehmenden digitalen Vernetzung unserer Gesellschaft zeigt sich in diesem Kontext auch, dass die geografische Entfernung beim Wissensaustausch eine wichtige Rolle spielen kann. Beispiele für Citizen Entrepreneurs sind lokale Selbsthilfegruppen, wie z.B. die Nightline, eine telefonische Anlaufstelle von Studierende für Studierende, städtische Tafeln, die Lebensmittel, die nicht mehr verkauft werden an Bedürftige verteilen, oder Wohnungsbau-Genossenschaften.

Der Bezug zu Entrepreneurship entsteht in diesen Fällen dadurch, dass zumindest die Gründergeneration solcher Initiativen ähnliche Eigenschaften haben müssen bzw. ähnliche Herausforderungen begegnen, wie dies bei Unternehmern der Fall ist. Sie müssen die Umsetzung einer Idee konsequent verfolgen, Ressourcen wie Räume, Fahrzeuge, Material sicherstellen und weitere Mitglieder für eine aktive Teilnahme motivieren. Wie oben beschrieben greifen sie hierzu auf Ressourcen anderer Einrichtungen in der Stadt zu und bieten zugleich eine wichtige Dienstleistung für das soziale Miteinander.

Citizen Entrepreneurship im Zusammenspiel mit Unternehmen und städtischen Institutionen.

Wie oben erwähnt sehen wir darüberhinaus einen erweiterten Begriff des "Citizen Entrepreneurship", bei dem die Bürger einer Stadt Probleme aus ihrem Umfeld z.B. in Zusammenarbeit mit einem Unternehmen lösen und zugleich zur Innovationskraft einer Region beitragen. Im folgenden soll hierzu ein Konzept beschrieben werden, das beginnend in 2011 in einer Reihe von Workshops in Zürich erarbeitet wurde. An diesen Workshops haben Vertreter der Stadt Zürich, regionale Unternehmen sowie Vertreter der Hochschulen teilgenommen. Die Stadt Zürich beschreibt zur Veranschaulichung des Konzeptes folgende beispielhafte Situation:

Herr Maier ist ein älterer Herr, der beim Gehen schon recht beeinträchtigt ist. Immer wieder kommt es zu der Situation, dass die Grün-Phasen an Ampeln für Herrn Maier zu kurz sind. Dies führt für ihn regelmässig zu Stress und in einigen Fällen bereits zu Stürzen. In seinem Seniorenheim erfährt Herr Maier, dass eine Reihe der Bewohner dasselbe Problem haben. Es gelingt Herrn Maier, Kontakt zur Stadt sowie auch zu einem in der Region ansässigen Elektronik-Unternehmen herzustellen. Es entsteht daraufhin die Idee, einen Sender zu entwickeln den entsprechende Personen bei sich tragen können, um die Grünphase an Ampeln zu verlängern. Das Unternehmen ist an der Zusammenarbeit mit Herrn Maier als "Innovationspartner" interessiert, weil es mit ihm zusammen sowie mit weiteren Testteilnehmern einen Prototypen des Senders in einem kleinen Gebiet der Stadt testen kann. Nach erfolgreicher Pilotphase wird die Technologie in weiteren Stadtteilen eingesetzt.

Die entscheidende Herausforderung an einem Szenario wie diesem besteht darin, die verschiedenen Stakeholder zusammenzubringen. Zu diesem Zweck wurden öffentliche Räume sowie auch eine Web-Plattform diskutiert. Die Interessen der involvierten Stakeholder-Gruppen wurde hierbei in den Workshops folgendermassen charakterisiert:

Stadt – Die Stadt hat ein Interesse daran, den Bürgern eine Plattform zu bieten, um Ideen einzubringen, selbst an der Umsetzung mitzuwirken und somit ihre Lebensqualität zu verbessern. Darüber hinaus möchte sie die Innovationskraft der Region Zürich steigern und Synergien nutzen.

Industrie – Die Unternehmer haben ein Interesse daran, das Innovationspotenzial der Bürger stärker zu nutzen. Es geht dabei um die Identifikation von alltäglichen Problemen oder Ideen, die Innovationsprojekte anstossen können. Darüber hinaus kann eine Zusammenarbeit in Form von Feldversuchen und Prototypen sehr nützlich sein, um

Projekte erfolgreich durchzuführen und Fehlinvestition zu vermeiden. Darüber hinaus ergeben sich Kontakte zu Talenten und Investoren.

Hochschulen – Die Hochschulen entwickeln vor allem in den ingenieurwissenschaftlichen Bereichen Prototypen, die möglicherweise Potenzial hätten für eine industrielle Weiterentwicklung. Die Hochschulen sind ebenso an einer Zusammenarbeit mit Einwohnern z.B. zur Prototypenentwicklung interessiert.

Einwohner – Die Einwohner sollen die Möglichkeit erhalten, die Stadt mit ihren eigenen Ideen zu verändern. Zugleich ermöglichen entsprechende Plattformen die Ausbildung von Netzwerken zwischen den Bürgern sowie zwischen Bürgern und Unternehmen.

In diesem Kontext spielt der Begriff des Entrepreneurship eine wichtige Rolle. Es war den Workshop-Teilnehmern wichtig, dass es sich bei diesem Ansatz nicht um eine Art Ideenbriefkasten handelt, bei dem z.B. die Stadt dann die Umsetzung übernimmt. Der Ansatz bestand darin, dass Personen mit entsprechend innovativen Ideen sich auch an der Umsetzung beteiligen und an der Ausgestaltung aktiv mitwirken. Das zentrale Konstrukt der Plattform waren daher auch nicht "Ideen" sondern "Projekte". Diese Projekte sollten sich von einer frühen Idee bis zu einem Produkt entwickeln. Im Verlauf dieser Projekte sollte die Initiantin die Möglichkeit haben, weitere Personen auf der vernetzten Plattform einzuladen. Zudem sollte es ein Konzept mit Mentoren bzw. Advokaten z.B. aus Unternehmen oder den Hochschulen geben, die ein Projekt als Berater voranbringen und von ihren Netzwerken profitieren lassen. Zentral war darüberhinaus die Möglichkeit, gemeinsam Experimentier- bzw. Prototypenphasen zu durchlaufen bevor Projekte eventuell kommerzialisiert werden. Das Konzept verfolgte also bis zu einem gewissen Grad den Ansatz, Innovationsstrategien wie sie intern für Unternehmen entwickelt wurden (z.B. Desouza 2011) auf ein städtisches Ökosystem zu übertragen.

Prototyp einer "Citizen Entrepreneurship" Plattform

Aufgrund diese Anforderungen wurde in einem studentischen Projekt eine erste Plattform für diesen innovativen Austausch entwickelt (vgl. Abb. 2). Hierbei wurden Elemente des Projektmanagements mit Social Media Funktionalitäten verbunden. Plattformteilnehmer können Projekte anlegen und in verschiedenen Rollen (z.B. Sponsor, Unternehmens-Vertreter etc.) auftreten und auch verschiedene Kompetenzen (z.B. Webdesign) kommunizieren, die sie in Projekte einbringen möchten. Das System enthält ein Reputationsystem, das darauf beruht, dass sich Teilnehmer gegenseitig Referenzen schreiben und es besteht die Möglichkeit Credits zu erwerben, mit denen in einem "City Shop" etwas erworben werden kann. Die Plattform enthält ebenso einen Kalender mit Hinweisen auf Austauschmöglichkeiten in der "Off-line Welt", wie einer sogenannten Innovation Bar. Diese Verknüpfung erschien wichtig, weil so die Vorteile lokaler Nähe genutzt werden sollte und weil eine Online-Plattform alleine oft nicht ausreicht, um eine ausreichend grosse User-Community anzuziehen. Es bestand zudem die Möglichkeit, sich über Benutzerkonten bestehender sozialer Netzwerke anzumelden, um den Aufwand einer neuen Registrierung möglichst gering zu halten.



Abbildung 2: Screenshot des “Citizen Entrepreneurship” Prototypen

Erkenntnisse und Herausforderungen

Das Konzept sowie der Prototyp wurde von den Workshop-Teilnehmern, einer Reihe von weiteren Experten sowie auch von Studierenden beurteilt. Die Idee und Konzeption von “Bürger Innovation” wurde gerade von den Studierenden als sehr positiv empfunden. Als weitere Anregungen wurde insgesamt genannt:

- Die “Off-line” Komponenten (wie z.B. Innovation-Bars) weiter auszubauen
- Den lokalen Bezug der Plattform stärker zu betonen z.B. durch geografische Visualisierung der Projekte
- Möglichkeiten zur mobilen Nutzung zu ergänzen
- Der Community die Möglichkeit geben, selbst an den Funktionalitäten der Plattform mitzuwirken

Als weitere Herausforderung ist schliesslich zu nennen, inwiefern sich eine erfolgreiche Anreizstruktur zur Teilnahme umsetzen lässt und welche der städtischen Stakeholder die Plattform auf Dauer betreiben soll.

Aktuelle Tendenzen für mehr “Citizen Entrepreneurship”

- Bürger sind heute bereits in einem Masse über digitale Plattformen vernetzt wie nie zuvor. Dies eröffnet neue Möglichkeiten der innovativen Kooperation.
- Die moderne Arbeitswelt ist zunehmend durch kreative Projekte mit hoher Eigenverantwortung geprägt. Diese Erfahrungen und Kompetenzen können auch auf den privaten Bereich übertragen werden.
- Das Bedürfnis nach bürgerlicher Mitbestimmung bei regionalen Projekten scheint zu wachsen und erfordert neue Formen der regionalen Kommunikation und Kooperation.

Literatur

- Desouza, K. C. (2011). *Intrapreneurship: Managing Ideas Within Your Organization*. University of Toronto Press.
- Nakic, D., Neugebauer, F., Oggier, D. Sadat, A. (2011): Abschlussbericht Masterprojekt Zürich Innovation Lab. Universität Zürich. Betreuung: Aschoff, F.-R., Riehs, G., Schwabe, G.